

PENGELOLAAN DAYA TARIK WISATA ALAM BERDASARKAN KEPUASAN DAN KEINGINAN WISATAWAN

NATURAL ATTRACTION TOURISM MANAGEMENT BASED ON TOURIST SATISFACTION AND DESIRE

Ahmad Mardalis¹ dan Ratna Puspa Wijaya²

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jl. Ahmad Yani Tromol Pos no 1
Pabelan- Kartasura-Sukoharjo-Jawa Tengah, Indonesia*

E-mail : Ahmad.Mardalis@ums.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap daya tarik wisata alam dan mengkategorikan daya tarik mana yang perlu dipertahankan, ditingkatkan, dan bahkan dikurangi untuk mendapatkan efisiensi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung objek wisata alam Tawangmangu Karanganyar Jawa Tengah. Sebanyak 276 pengunjung dipilih menjadi sampel dengan teknik accidental sampling. Untuk mengetahui posisi kategori setiap daya tarik objek wisata digunakan teknik "importance performance analysis". Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung sudah rata-rata di atas 3 (sedang). Atribut ketertiban, kebersihan, transportasi, dan layanan pengunjung termasuk dalam kuadran "perlu segera diperbaiki". Adapun atribut keindahan, keamanan, sejuk, ramah, lokasi, kenyamanan, dan parkir dikategorikan ke dalam kuadran "perlu dipertahankan". Sedangkan atribut kenangan, harga tiket masuk, fasilitas pendukung, jumlah atraksi, restoran, souvenir, promosi, pemandu wisata termasuk kuadran "perlu diperbaiki tapi tidak bersifat mendesak". Atribut penginapan berada dalam kuadran yang menunjukkan bahwa penginapan di objek wisata alam ini sudah berlebihan, perlu penataan atau bahkan pengurangan.

Kata Kunci: *Wisata alam, atraksi wisata, wisatawan.*

Abstract

This study was aimed to determine the tourist satisfaction level upon the charms of nature and to categorize which appeal should be preserved, enhanced, and even less to gain efficiencies. The method used in this research is a descriptive one. The population in this study is the visitors of Tawangmangu Karanganyar, Central Java. A total of 276 visitors have been selected into the sample with accidental sampling technique. To know the position of every category of tourist attraction used the technique "importance performance analysis". The results showed that the visitor satisfaction average level is above 3 (moderate). While the other attributes, such as order, cleanliness, transportation, and visitor services included in the quadrant of "need to be repaired". The attributes of beauty, security, cool, friendly, location, comfort, and parking is categorized into quadrants "needs to be maintained". While the memories of attributes, the price of admission, supporting facilities, the number of attractions, restaurants, souvenir, promotion, tour guide included quadrant "should be improved but not urgent". Attributes inn is located in quadrant D

which indicates that the inn in the natural attractions of this is excessive, it is necessary arrangement or even a reduction.

Keywords: *natural attraction, tourism, visitors*

Pendahuluan

Pariwisata belakangan merupakan sektor andalan, bukan hanya untuk meraih devisa tetapi juga sebagai penggerak roda perekonomian. Sektor pariwisata bisa mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia 7 persen (Gunarto, <http://bisnis.liputan6.com>). Bahkan presiden menyebut bahawa sektor pariwisata adalah menyerap tenaga kerja terbanyak (<http://nasional.kompas.com/>). Menurut data Bank Indonesia, saat ini, sektor pariwisata berkontribusi sekitar 4,23% terhadap pertumbuhan Domestik Bruto (PDB). Sepanjang triwulan I 2016, sektor ini telah menyerap tenaga kerja sebanyak 12,16 juta orang, naik dibandingkan 2015 yang mencapai 10,23 juta orang. Sektor pariwisata juga telah menciptakan cadangan devisa sebesar US\$11,59 miliar atau senilai Rp163 triliun, naik 13% dari 2014 yang sebesar US\$11,17 miliar. (<http://infobanknews.com>)

Dalam upaya mendorong pertumbuhan sektor pariwisata, maka daerah-daerah yang memiliki potensi pariwisata yang bagus terus didorong untuk dikembangkan. Tujuannya adalah supaya sektor pariwisata dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian Indonesia. Di antara yang diupayakan adalah menampilkan hal-hal yang menarik seperti pembuatan web dan blog serta jejaring sosial lainnya yang menyajikan informasi terkini mengenai perkembangan industri pariwisata di Indonesia dan mengenalkan pada dunia bahwa Indonesia memiliki banyak keindahan alam sebagai obyek pariwisata. Wisata alam tersebut disisi lain mempunyai dua tujuan yaitu sebagai sektor pariwisata dan sebagai pelestarian alam.

Mengacu pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 di mana kepariwisataan dikelola untuk: 1). meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan rakyat, 2). mengatasi pengangguran dan menghapus kemiskinan, 3). melestarikan alam, lingkungan dan sumberdaya, 4). memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, dan mempererat persahabatan antar bangsa 5). memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa.

Dalam Siaran Pers Bank Indonesia tanggal 13-11-2015 disebutkan bahwa Bank Indonesia bersama dengan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah melakukan

koordinasi kebijakan dalam upaya mempercepat peningkatan daya saing sektor industri dan pariwisata. Berbagai upaya telah dilakukan oleh Pemerintah guna meningkatkan daya saing sektor industri dan pariwisata. Dalam rangka meningkatkan kepariwisataan, beberapa langkah strategis yang telah dilakukan pemerintah mencakup kebijakan pembebasan visa kunjungan menjadi total 90 negara, kemudahan wisatawan mancanegara masuk ke Indonesia menggunakan yacht (kapal), dan mempercepat pengembangan infrastruktur bandara dan pelabuhan laut. Kementerian Pariwisata terus mengembangkan potensi pariwisata Indonesia melalui deregulasi kepariwisataan dan penguatan branding, serta penetapan destinasi wisata prioritas. Disamping paket kebijakan ekonomi yang terkait deregulasi kepariwisataan yang sudah dilaksanakan Pemerintah, Kementerian Pariwisata terus memperkuat branding pariwisata Indonesia yang menunjukkan posisi yang semakin baik di antara Negara-negara Asia. Selain itu, Pemerintah telah menetapkan 10 destinasi wisata prioritas disertai dengan roadmap pengembangannya ke depan. Pembangunan infrastruktur yang mendukung pengembangan pariwisata. Pembangunan jalan untuk meningkatkan akses pariwisata dan sentra industri terus ditingkatkan. Selain itu, Kementerian PUPR berupaya meningkatkan kualitas pemukiman di sekitar lokasi pariwisata. Mempercepat pengembangan pariwisata yang diprioritaskan pada 10 destinasi prioritas, termasuk pengembangan wisata "Great Jawa" yang terdiri dari "Great Jakarta", "Great Bandung", "Great Yogyakarta-Jateng", dan "Great Surabaya". Berbagai program akan dilaksanakan untuk pengembangan destinasi pariwisata, peningkatan wisatawan nusantara dan mancanegara, serta kelembagaan (<http://www.bi.go.id>)

Bebagai usaha yang sudah dirancang dan dilakukan ini, bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada para wisatawan. Wisatawan yang puas dengan suatu objek wisata diharapkan dapat menceritakan kepada orang lain; keluarga, kerabat, teman dan lain sebagainya. Promosi oleh wisatawan yang puas ini sangat efektif untuk meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan. Pengelolaan objek wisata ini, perlu melihat keinginan para wisatawan. Perbaikan dan pengembangan layanan yang diberikan berdasarkan perspektif para wisatawan.

Kabupaten Karanganyar mulai menempatkan diri agar pariwisata Kabupaten Karanganyar mampu menjadi salah satu tempat tujuan wisata berkunjung. Keseriusan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam upaya pengembangan Pariwisata

Kabupaten Karanganyar dapat dilihat dari naiknya anggaran promosi pariwisata Di Kabupaten Karanganyar

Salah satu daerah pariwisata yang menggunakan pendekatan pariwisata kerakyatan adalah kabupaten Karanganyar tepatnya di tempat wisata Grojokan Sewu. Kabupaten Karanganyar ditetapkan sebagai salah satu Daerah Tujuan Wisata (DTW) di Jawa Tengah oleh Pemerintah Jawa Tengah. Di samping itu Kabupaten Karanganyar merupakan wilayah yang memiliki potensi objek wisata alam dan budaya telah mendapatkan perhatian wisatawan lokal dan nasional yang ditunjang oleh beberapa faktor antara lain: a) keadaan topografis; b) keadaan geografis; c) keadaan sosial budaya; d) iklim, fauna dan kekayaan alam. Dalam konteks pengembangan kawasan pariwisata Kabupaten Karanganyar saat ini, memiliki kecenderungan bahwasannya hanya Wisata Grojokan Sewu yang memiliki daya saing yang cukup signifikan. Meskipun dapat diakui Grojokan Sewu meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang cukup signifikan bagi daerah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh pengelola wisata alam dan mengkategorikan daya tarik mana yang perlu dipertahankan, ditingkatkan, dan bahkan dikurangi untuk mendapatkan efisiensi. Objek wisata alam disini adalah Grojokan sewu Tawangmangu.

Metode Penelitian

Daya tarik wisata

Suatu daya tarik wisata harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, menurut Maryani (1991:11) syarat-syarat tersebut, meliputi (1) *What to see* yaitu di tempat tersebut harus ada objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah lain. Dengan kata lain daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan “*entertainment*” bagi wisatawan. *What to see* meliputi pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan atraksi wisata, (2) *What to do* yaitu di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lama ditempat itu, (3) *What to buy* yaitu tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk di bawa pulang ke tempat asal, (4) *What to arrived* yaitu di dalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi daya tarik wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan dan berapa lama tiba ketempat tujuan wisata tersebut, dan (5) *What to stay* yaitu bagaimana

wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur. Diperlukan penginapan-penginapan baik hotel berbintang atau hotel non berbintang dan sebagainya.

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” yang berarti cukup baik/ memadai dan “*facio*” (merasakan/membuat) (Tjiptono, 2005). Jadi secara bahasa kepuasan (*satisfaction*) berarti merasa memadai. Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa terhadap sesuatu yang merupakan hasil dari membandingkan kinerja suatu produk yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja lebih rendah dari harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas. Jika melebihi harapan, maka pelanggan sangat puas atau senang.

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi mereka. Faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan adalah kebutuhan dan keinginan, pengalaman masa lalu, pengalaman teman-teman dan komunikasi melalui iklan dan pemasaran. Selain itu faktor umur, pendidikan, jenis kelamin, kepribadian, suku dan latar belakang budaya, serta kasus penyakit turut mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan. Perusahaan harus mengerti dan memperhatikan karakteristik pelanggannya karena pelanggan punya perbedaan dalam hal keinginan, kebutuhan, pendidikan dan penghasilan sehingga perilaku pelanggan juga akan berbeda-beda tergantung kondisi tersebut diatas. Tugas perusahaan adalah mengetahui apa yang terbaik yang diinginkan oleh pelanggan.

Suara pelanggan tentang kualitas produk/jasa menjadi sumber inspirasi bagi perusahaan untuk tindakan perbaikan mutu pelayanan. Perusahaan yang responsif terhadap suara/masukan pelanggan ditandai oleh fleksibilitas, kemauan untuk berubah, sikap responsif, pola berkomunikasi dengan konsumen dan kompetensi teknis. Membuat pelanggan puas memberi banyak manfaat, diantaranya daya persuasif gethok tular (*word of mouth*), relasi berkelanjutan, retensi pelanggan dan lain sebagainya. (Tjiptono, 2005)

Faktor-Faktor Pendukung Pengelolaan Objek Wisata

Dalam kegiatan pariwisata komponen-komponen pariwisata akan saling terkait. Komponen pariwisata dibagi atas dua faktor, yaitu komponen penawaran (*supply*) dan komponen permintaan (*demand*). *Supply* mencakup segala sesuatu yang ditawarkan kepada wisatawan meliputi atraksi wisata, akomodasi, transportasi, infrastruktur, fasilitas pendukung. Sedangkan permintaan atau *demand* pariwisata adalah segala

sesuatu yang berhubung dalam permintaan pariwisata yaitu pengunjung dan masyarakat (Alfiana dan Rimadewi, 2014). Faris Zakaria dan Rima Dewi Suprihardjo (2014) menunjukkan bahwa faktor-faktor pendukung dalam pengembangan desa wisata secara spasial antara lain adalah sebagai berikut: rute perjalanan , sarana transportasi, fasilitas pendukung dan penunjang wisata , fasilitas penginapan, toko souvenir, rumah makan, serta tempat rekreasi.

Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung obyek wisata alam Grojokan Sewu. Adapun rata-rata jumlah pengunjung obyek wisata alam Grojokan Sewu adalah sebanyak 892 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap individu populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik nonprobability sampling yang digunakan adalah sampling aksidental yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang cocok dengan sumber data, dalam penelitian ini yaitu setiap pengunjung obyek wisata alam Grojokan Sewu, sehingga diperoleh 276 wisatawan sebagai sampel penelitian.

Analisis tingkat kepentingan dan kinerja atau *Importance and Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan kinerja yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Caranya konsumen diminta untuk menjawab tingkat kinerja dari berbagai atribut atau dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Total penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masing-masing atribut diperoleh dengan cara menjumlahkan hasil perkalian skor masing-masing skala dengan jumlah responden yang memilih pada skala Likert.

Analisis Kepentingan Kinerja (*Important Performance Analysis*)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui atribut-atribut yang dianggap sangat penting, penting atau tidak penting dan yang berkinerja sangat baik, baik atau tidak baik oleh pelanggan. Pelanggan memberikan penilaian terhadap atribut-atribut perusahaan dengan memberikan skor pada atribut-atribut yang dimiliki oleh perusahaan. Hasil penilaian kemudian ditampilkan dalam gambar yang dibagi menjadi empat bagian/kuadran yang disebut dengan diagram kartesius. Diagram ini menggambarkan

tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat pelaksanaannya (*performance*) oleh perusahaan.

Diagram kartesius memiliki dua buah unsur yang diwakilkan oleh huruf X dan Y. Kombinasi sumbu X (*performance*) dan sumbu Y (*importance*) akan menghasilkan posisi setiap atribut. Atribut yang ada akan terletak pada satu diantara empat kuadran yang ada. Koordinat titik tengah kuadran mengacu pada *grand mean*, yaitu rata-rata semua atribut pada bagian *performance* dan rata-rata semua atribut pada bagian *importance*. Tingkat kesesuaian antara kinerja perusahaan dengan tingkat kepentingan pelanggan dihitung dengan menggunakan rumus:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan: T_{ki} = Tingkat kesesuaian

X_i = Skor penilaian kinerja perusahaan

Y_i = Skor penilaian tingkat kepentingan pelanggan

Rata-rata skor tingkat pelaksanaan/kinerja dan rata-rata skor tingkat kepentingan dari unsur-unsur tersebut dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}, \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan: \bar{X} = Rata-rata skor tingkat pelaksanaan/kinerja

\bar{Y} = Rata-rata skor tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Rata-rata skor tingkat pelaksanaan/kinerja dan tingkat kepentingan unsur-unsur tersebut, selanjutnya dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian dalam diagram kartesius sebagaimana digambarkan pada Gambar 4.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X}, \bar{Y}) , dimana \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan penumpang terhadap kinerja seluruh faktor atau atribut perusahaan dan \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor dapat yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sehingga rumus selanjutnya menjadi:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K}, \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

K = Banyaknya atribut/faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Gambar 1.
Diagram Kartesius

Kinerja rata-rata	Prioritas Utama A	Pertahankan Prestasi B
	C Prioritas Rendah	D Berlebihan
		Kepuasan

\bar{X} Pelaksanaan (Kinerja/Kepuasan)

Keterangan:

- 1) Kuadran A menunjukkan atribut yang dianggap sangat penting pengaruhnya bagi kepuasan pelanggan, namun perusahaan belum melaksanakan sesuai keinginan pelanggan sehingga pelanggan kecewa/tidak puas. Tugas perusahaan untuk memusatkan perhatian pada peningkatan kinerja atribut-atribut yang berada di kuadran ini.
- 2) Kuadran B menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan perusahaan berhasil melaksanakan dengan baik sehingga pelanggan sangat puas. Tugas perusahaan untuk mempertahankan kinerja atribut-atribut kuadran ini.
- 3) Kuadran C menunjukkan atribut yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan tetapi pelaksanaannya oleh perusahaan cukup baik. Pelanggan menganggap tidak sangat penting sehingga tidak membutuhkan perhatian apapun dari perusahaan. Perusahaan perlu meninjau ulang demi efisiensi.
- 4) Kuadran D menunjukkan atribut yang pengaruhnya kurang penting bagi pelanggan tetapi pelaksanaannya sangat baik. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. Tugas perusahaan untuk mengurangi dengan pertimbangan efisiensi.

Hasil dan Pembahasan

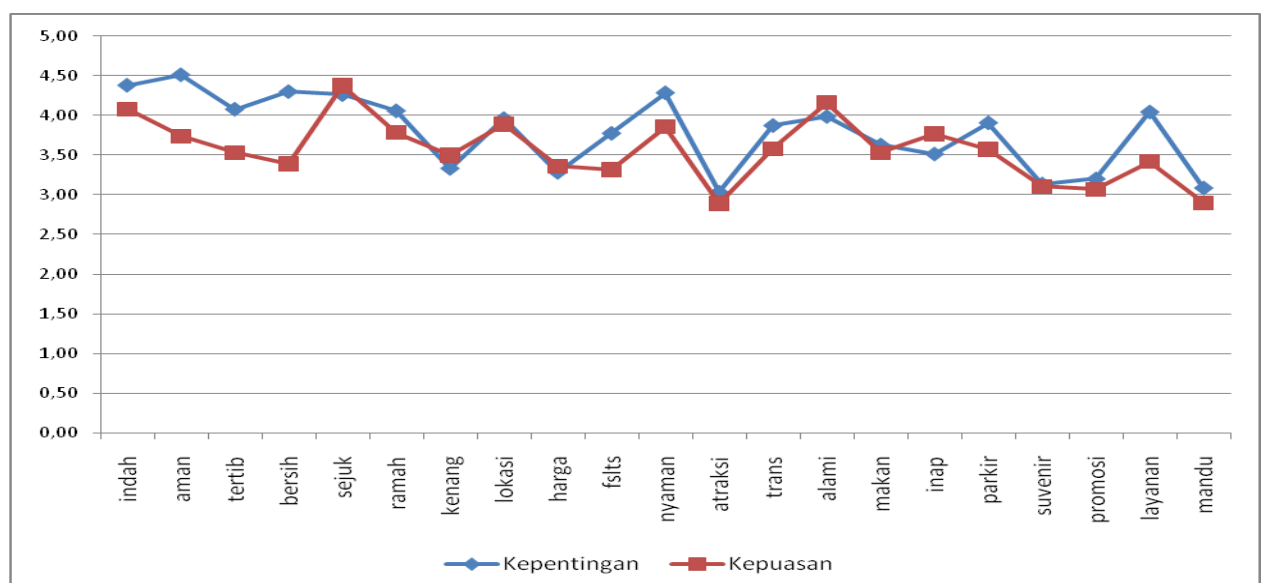
Pengembangan sektor industri pariwisata saat ini berkembang sangat pesat salah satunya di Kabupaten Karanganyar khususnya di Kecamatan Tawangmangu. Perkembangan industri tersebut tidak hanya berdampak pada peningkatan penerimaan

devisa namun untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Tawangmangu. Adanya wisata alam Grojokan Sewu membuka peluang usaha serta memberikan lapangan kerja baru bagi masyarakat dalam mengurangi permasalahan pengangguran. Di daerah Tawangmangu ini terdapat beberapa fasilitas dan sarana yang mendukung serta menarik wisatawan untuk datang ke tempat wisata alam ini, fasilitas tersebut antara lain: grojokan sewu itu sendiri, penginapan/villa, pasar, dan lainnya. Selama ini wisatawan menjadikan Tawangmangu sebagai icon tempat untuk rekreasi, bagi wisatawan yang belum pernah berkunjung ke wisata alam Tawangmangu selalu dibuat penasaran akan keindahan alam Grojokan Sewu.

Tawangmangu merupakan salah satu tempat wisata favorit di Solo/Surakarta. Tawangmangu menyimpan sejuta keindahan alam karena berada di sisi barat lereng Gunung Lawu atau Gunung Sewu. Secara Geografis, Tawangmangu merupakan nama Kecamatan di Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Tawangmangu berada di ketinggian 1200 meter dpl sehingga udara nya sangat sejuk dan cocok untuk berwisata menghilangkan penat. Dengan cuaca seperti itu, dataran tinggi Tawangmangu mirip seperti Gunung Tangkuban Perahu di Bandung. Wisatawan mengunjungi Tawangmangu untuk mendapatkan suasana baru, menghilangkan kepenatan. Karena adanya keindahan yang disajikan oleh kawasan wisata alam.

Tingkat kepuasan wisatawan terhadap atribut-atribut yang ditawarkan objek wisata Tawangmangu dapat di lihat dalam gambar 2 berikut ini.

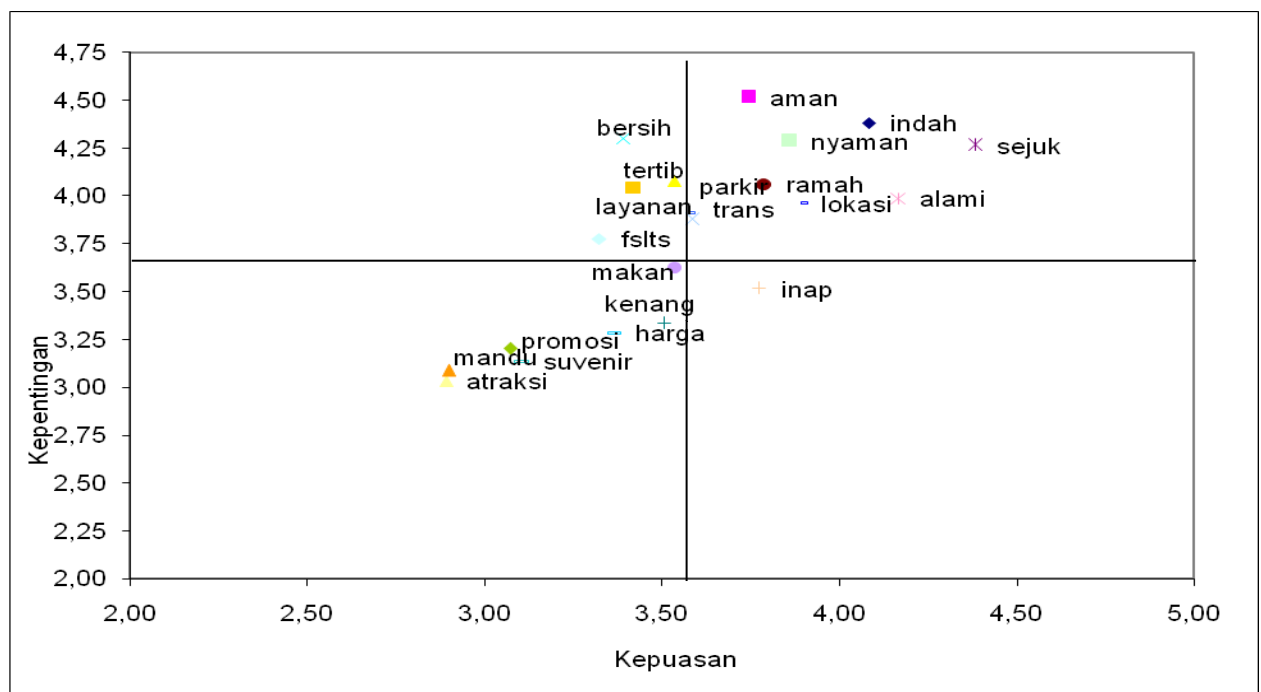
Gambar 2.
Perbedaan tingkat kepuasan dan kepentingan wisatawan terhadap objek wisata



Gambar 2 menunjukkan kepuasan wisatawan antara 2,89 hingga 4,38. Kepuasan wisatawan paling rendah adalah pada jumlah atraksi (2,89), pemandu wisata (2,90), dan promosi (3,07). Sedangkan kepuasan tertinggi pada kesejukan (4,38), alami (4,17) dan keindahan (4,08). Rata-rata kepuasan adalah 3,56 (skala lima). Adapun atribut yang paling diinginkan oleh wisatawan adalah keamanan (4,52), keindahan (4,38), dan kebersihan (4,30). Dilihat dari gap (selisih) antara harapan dengan kepuasan yang paling besar minusnya adalah kebersihan (0,91), keamanan (0,77) dan layanan pelanggan (0,63). Atribut yang selisihnya positif (kepuasan melebihi harapan) adalah penginapan (0,26), sifat alami (0,18), kenangan (0,17), sejuk (0,12), dan harga (0,08).

Jika atribut-atribut tersebut dikelompokkan kedalam kuadran kustomer, maka dapat dikategorikan ke dalam empat kategori. Atribut-atribut yang mendesak segera diperbaiki pada kuadran A, yang perlu dipertahankan di kuadran B, yang perlu ditangani untuk jangka panjang pada kuadran C, dan yang bisa dikurangi kualitas/kuantitas layananannya demi mendapatkan efisiensi pada kuadran D.

Gambar 3.
Diagram Kartesius



Berdasarkan analisis tingkat kepentingan dan kinerja atau *Importance and Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung obyek wisata diketahui bahwa atribut ketertiban, kebersihan, transportasi dan layanan

masuk dalam Kuadran A, hal ini menunjukkan bahwa atribut-atribut tersebut dianggap mempengaruhi kepuasan pengunjung, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakan sesuai dengan keinginan pengunjung, sehingga pengunjung kecewa atau tidak puas. Oleh karena itu pihak pengelola diharapkan senantiasa meningkatkan ketertiban dan kebersihan dengan menambahkan karyawan pada bagian kebersihan dan ketertiban dan memberikan papan peringatan agar pengunjung senantiasa menjaga kebersihan lingkungan. Pada faktor transportasi dan layanan masuk dapat semakin ditingkatkan dengan menambahkan paket wisata bagi para wisatawan yang disediakan langsung oleh pengelola, sehingga para wisatawan dapat diantar dan dijemput ke lokasi obyek wisata dan tidak terkendala oleh masalah transportasi dan layanan masuk.

Atribut keindahan, keamanan, kesejukan, keramahan lingkungan, lokasi, kenyamanan, alamiah, dan parkir masuk ke dalam Kuadran B, hal ini menunjukkan bahwa unsur jasa pokok telah berhasil dilaksanakan pengelola, untuk itu wajib dipertahankan dan dianggap bahwa atribut ini sangat penting dan sangat memuaskan. Upaya yang perlu dilakukan oleh pengelola dalam mempertahankan aspek keindahan, keamanan, kesejukan, keramahan lingkungan, lokasi, kenyamanan, alamiah, dan parkir masuk adalah dengan menyediakan sumber daya manusia khusus yang senantiasa memperhatikan masalah-masalah tersebut. Nantinya petugas ini akan senantiasa berusaha untuk menjaga keindahan, keamanan, kesejukan, keramahan lingkungan, lokasi, kenyamanan, alamiah, dan parkir masuk dan melakukan teguran kepada para pengunjung yang berusaha untuk merusak keindahan, keamanan, kesejukan, keramahan lingkungan, lokasi, kenyamanan, alamiah.

Atribut kenangan, harga tiket masuk, fasilitas pendukung lainnya, jumlah atraksi, rumah makan, cenderamata, promosi, pemandu wisata masuk ke dalam Kuadran C, yang menunjukkan bahwa beberapa atribut ini dianggap kurang penting bagi pengunjung, tetapi atribut ini tetap perlu ditingkatkan kualitasnya tetapi tidak dalam kategori mendesak. Atribut kenangan, harga tiket masuk, fasilitas pendukung lainnya, jumlah atraksi, rumah makan, cenderamata, promosi, pemandu wisata masuk kurang dianggap penting oleh para pengunjung dikarenakan atribut-atribut tersebut bukan merupakan hal pokok yang diinginkan oleh wisatawan dalam mengunjungi obyek wisata Grojokan Sewu, sehingga agar atribut-atribut kenangan, harga tiket masuk, fasilitas pendukung lainnya, jumlah atraksi, rumah makan, cenderamata, promosi, pemandu wisata masuk

bisa lebih dianggap penting oleh para pengunjung diharapkan pengelola dapat memberikan sentuhan yang lebih menarik pada atribut-atribut di atas, misalnya dengan memberikan paket khusus bagi keluarga, membuat tempat yang dapat meningkatkan kenangan bagi wisatawan serta melakukan promosi dan iklan yang dapat semakin menarik wisatawan dalam berkunjung di obyek wisata Grojokan Sewu.

Atribut penginapan masuk ke dalam Kuadran D yang menunjukkan bahwa atribut penginapan mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan, artinya atribut ini dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. Untuk menanggulangi hal itu diharapkan pihak pengelola bekerjasama dengan pemerintah untuk melakukan penertiban terhadap penginapan-penginapan liar yang dianggap merugikan negara karena berdiri tanpa mendapatkan izin serta menjadi penyebab utama terjadinya longsor dan pengikisan tanah.

Pengembangan suatu produk pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan direncanakan secara matang untuk memperbaiki produk yang sedang berjalan atau menambah jenis produk-produk yang baru akan dihasilkan sesuai dengan perkembangan waktu. Umumnya suatu produk baru yang dihasilkan sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan konsumen (*tourist*). Jadi produk tersebut harus dapat dipasarkan dan dapat diterima oleh pasar.

Agar produk baru tersebut dapat diterima oleh pasar, maka perlu dilakukan suatu penelitian pasar (*market research*) atau analisa pasar (*market analysis*). Disamping itu, juga diperlukan modifikasi produk-produk lama untuk dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pasar yang cenderung berubah-ubah. Dengan kata lain, mungkin saja produk yang telah lama dipasarkan telah mengalami masa kejenuhan, sehingga perlu dilakukan modifikasi (Yoeti, 1997) menyebutkan bahwa perlu diperhatikan beberapa isu dalam rangka menghasilkan produk-produk yang baru, antara lain: 1) perkembangan potensial dari pasar produk baru yang akan diproduksi; 2) struktur pasar dan keahlian dalam marketing untuk memasarkan produk baru tersebut; 3) fasilitas keuangan, apakah cukup tersedia dana untuk mengembangkan produk baru tersebut; 4) situasi persaingan perlu ditinjau apakah posisi produk baru tersebut cukup kuat bersaing dengan produk pesaing; 5) produk baru yang dikembangkan tidak akan merusak produk yang telah ada dan tidak akan merugikan perusahaan secara keseluruhan.

Simpulan dan Saran

Pengelolaan objek wisata mutlak dilakukan. Pembenahan yang dilakukan hendaknya berdasarkan keinginan wisatawan. Jika keinginan wisatawan dapat diwujudkan, maka diharapkan mereka akan puas. Kepuasan mereka diharapkan dapat menjadikan mereka loyal. Sehingga mau berkunjung kembali dan ikut mempromosikan objek wisata kepada orang lain.

Kepuasan pelanggan terhadap atribut yang ditawarkan pengelola objek wisata Tawangmangu rata-rata 3,56 (sedang). Adapun atribut yang perlu segera diperbaiki untuk Tawangmangu adalah kebersihan, ketertiban dan layanan pelanggan. Sedangkan yang perlu dipertahankan adalah keindahan, keamanan, kesejukan, keramahan lingkungan, lokasi, kenyamanan, alamiah, dan parkir.

Daftar Pustaka

- Alifiana H.R dan Rimadewi S Pengembangan Kawasan Wisata Pesisir Talang Siring di Kabupaten, *ITS-paper-28462-3609100012-Paper.pdf*
- Fandeli, Chafid. 1995. *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Faris Zakaria dan Rima Dewi Suprihardjo. 2014. Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *JURNAL TEKNIK POMITS* Vol. 3. No.2. 2337-3520 (2301-9271 Print)
- Kotler P. dan Keller K.L. 2012. *Marketing management*. 14th ed. Prentice Hall.
- Maryani. 1991. Objek dan daya tarik wisata. Retrieved on April 27, 2014, from [http://file.upi.edu/pariwisata/objek_daya_tarik_wisata_\(UTS\).pdf](http://file.upi.edu/pariwisata/objek_daya_tarik_wisata_(UTS).pdf)
- McKercher, B. dan Hilary, D.C. 2002. *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural heritage Management*. New York : The Haworth Hospitality Press.
- Muljadi, A.J. 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Suwena, Ketut. dan Widyatmaja. Ngurah. 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali : Udayana University Press.
- Tjiptono F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia.
- Weaver, David dan Martin Opperman. 2000. *Tourism Management*. Brisbane, Australia: John Willey and Son.
- Yoeti, Oka. 1997. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Edisi Revisi. Bandung: Penerbit Angkasa.
- http://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/sp_178315.aspx
(<http://infobanknews.com/sektor-pariwisata-menyerap-1023-juta-tenaga-kerja/>)
(<http://nasional.kompas.com/read/2016/08/21/08465281/jokowi.sebut.sektor.par>
(Gunarto, <http://bisnis.liputan6.com>)
http://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/sp_178315.aspx